



# Le comportement écologique du consommateur, un facteur déterminant de la sécurité alimentaire

Coralie Bonnin-de Toffoli, Nathalie Lazaric

## ► To cite this version:

Coralie Bonnin-de Toffoli, Nathalie Lazaric. Le comportement écologique du consommateur, un facteur déterminant de la sécurité alimentaire. François Collart Dutilleul. Penser une démocratie alimentaire (vol. I), Inida pp.451-456, 2013, 9782918382072. hal-00929910

**HAL Id: hal-00929910**

**<https://hal.science/hal-00929910>**

Submitted on 14 Jan 2014

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



## **LE COMPORTEMENT ECOLOGIQUE DU CONSOMMATEUR, UN FACTEUR DETERMINANT DE LA SECURITE ALIMENTAIRE\***

**Coralie BONNIN-DE TOFFOLI,**

Enseignante à SKEMA Business School,  
Chercheur associé au CREDECO (GREDEG CNRS UMR 7321)

**et Nathalie LAZARIC,**

Directrice de recherche au CNRS, Université de Nice Sophia Antipolis, CNRS GREDEG

Les prémices de la consommation durable sont apparus dès les années soixante-dix. En effet, les graves catastrophes environnementales, la crise du pétrole et le rejet de la société de consommation ont contribué à la reconnaissance du lien étroit entre l'humain et l'environnement. La genèse d'une réflexion sur la consommation durable émerge alors avec la formulation du concept de développement durable par le Rapport BRUNDTLAND<sup>1</sup>. Cependant, il faudra attendre l'adoption de la Déclaration de Rio en 1992 pour consacrer la consommation durable comme une priorité environnementale<sup>2</sup> et de développement social<sup>3</sup>.

Avec le concept du développement durable, Il est donc important d'intégrer les impératifs environnementaux et les besoins sociaux lors de la prise de décision en matière de développement économique afin d'assurer la pérennité des écosystèmes. La sécurité alimentaire et la consommation durable sont étroitement liées au concept de développement durable. Déjà, le Rapport BRUNDTLAND reconnaissait la sécurité alimentaire et l'adoption de modes de consommation plus respectueux de l'environnement comme des priorités pour assurer le développement durable<sup>4</sup>. Lors de « Rio+20 », la Conférence des Nations Unies sur

---

\* Cet article a été publié dans *Penser une démocratie alimentaire*, sous la direction de François Collart Dutilleul et Thomas Bréger, éd. Inida, Costa Rica, Volume I, 2013. Le programme Lascaux est un programme européen entant dans le cadre du 7e PCRD - Programme spécifique "IDÉES" – ERC (Conseil Européen de la Recherche) – *Grant agreement for Advanced Investigator Grant* (Sciences sociales, 2008). Il porte sur le nouveau droit agroalimentaire européen, examiné à l'aune des problématiques de la sécurité alimentaire, du développement durable et du commerce international. Il est dirigé par François Collart Dutilleul, professeur à l'Université de Nantes et membre de l'Institut universitaire de France (pour plus d'informations, consulter le site de Lascaux : <http://www.droit-aliments-terre.eu/>).

**Les recherches menant aux présents résultats ont bénéficié d'un soutien financier du Centre européen de la recherche au titre du septième programme-cadre de la Communauté européenne (7e PC / 2007-2013) en vertu de la convention de subvention CER n° 230400.**

<sup>1</sup> Commission mondiale sur l'environnement et le développement, *Notre avenir à tous*, Montréal, Edition du Fleuve, 1989 [1988], 434 p.

<sup>2</sup> J. MURPHY et M. J. COHEN, « Consumption, Environment and Public Policy », in J. MURPHY et M. J. COHEN (dir.), *Exploring Sustainable Consumption : Environmental Policy and the Social Sciences*, 2001, Oxford, Pergamon, p. 3 ; N. ROBINS et S. ROBERTS, « Consumption in a Sustainable World », Workshop, 2-4 June 1998, Kabelvaag, Norvège.

<sup>3</sup> R. ROMI, G. BOSSIS et S. Rousseaux, *Droit international et européen de l'environnement*, Paris, Montchrestien, 2005, p. 14.

<sup>4</sup> « C'est un défi d'une ampleur et d'une complexité colossales que celui qui consiste à accroître la production alimentaire pour suivre le rythme de la demande tout en conservant aux systèmes de production leur essentielle



le développement durable qui s'est tenue à Rio de Janeiro, au Brésil, du 20 au 22 juin 2012, la FAO a rappelé que l'objectif du développement durable ne pourrait être atteint qu'en éradiquant définitivement la faim et la malnutrition. Il est alors essentiel de promouvoir une production et une consommation durables pour permettre aux consommateurs et aux producteurs de faire des choix durables et de satisfaire *in fine* les besoins essentiels des populations. Pour nourrir les neuf milliards de personnes estimées à l'horizon de 2050, il convient « de produire plus avec moins, d'accroître la production agricole tout en préservant l'environnement »<sup>5</sup>.

L'évolution des modes de vie vers une consommation dite « durable » fait partie des priorités en matière de politique européenne de l'environnement. Ainsi, la Commission européenne a adopté le *Plan d'action pour une consommation, une production et une industrie durables* visant à améliorer la performance énergétique et environnementale des produits utilisés par les consommateurs<sup>6</sup>. Toutefois, bien qu'il y ait un consensus sur la nécessité de promouvoir et de développer la consommation durable, le concept reste flou et ses contours mal définis. Par ailleurs, le consommateur, acteur majeur de la consommation durable, reste un être paradoxal, dont il est parfois difficile d'appréhender les actes écologiques qu'il est prêt à adopter. Une question fondamentale se pose alors, les choix opérés par les consommateurs résultent-ils de choix personnels ou de comportements influencés par des pratiques habituelles et par l'entourage ?

Le consommateur est défini comme « celui qui détruit un bien ou en détruit la substance, l'utilité » ou encore « le quatrième pôle d'un cycle économique global, au déroulement duquel la consommation, fonction économique, plutôt qu'acte technique, se trouve directement liée »<sup>7</sup>. Toutefois, le concept de consommation durable permet de concilier les intérêts économiques des consommateurs, et les préférences environnementales souhaitées par les « consommateurs-responsables » ou également appelés les « consommateurs-citoyens ». La terminologie « consommateur-citoyen » est fréquemment utilisée pour désigner le consommateur qui rend cohérent ses aspirations citoyennes et ses désirs matériels<sup>8</sup>. La consommation devient alors aussi « un espace de contestation sociale »<sup>9</sup>. En effet, chaque consommateur peut user de son pouvoir économique pour soutenir ou bien refuser certains

---

intégrité écologique [...]. Appliquer le concept de développement durable à la recherche de la sécurité alimentaire signifie que l'on s'efforcera systématiquement de renouveler les ressources naturelles. En d'autres termes, cela exige une approche globale centrée sur les écosystèmes aux niveaux national, régional et mondial, capable en outre d'assurer une utilisation rationnelle et coordonnée des terres, de l'eau et des forêts. L'objectif de la sécurité écologique devrait être solidement intégré au mandat de la FAO, des autres institutions des Nations Unies qui s'occupent d'agriculture ainsi que de toutes les agences internationales concernées ». Cf. Rapport BRUNDTLAND, Chapitre 5 consacré à la sécurité alimentaire, *op. cit.*

<sup>5</sup> FAO, *Vers l'avenir que nous voulons: En finir avec la faim et engager la transition vers des systèmes agro-alimentaires durables*, Rapport, Rome, 2012, p. 12.

<sup>6</sup> Commission européenne, *Plan d'action pour une consommation, une production et une industrie durables*, 16 juillet 2008.

<sup>7</sup> T. BOURGOIGNIE, *Eléments pour une théorie du droit de la consommation : au regard des développements du droit belge et du droit de la Communauté économique européenne*, Bruxelles, Bruylant, 1988, 34 s.

<sup>8</sup> T. WILHELMSSON, « Consumer Law and the Environment: From Consumer to Citizen », *Journal of Consumer Policy*, 1998, n° 21, p. 45.

<sup>9</sup> S. DUBUISSON-QUELLIER, *La consommation engagée*, Paris, Les Presses De Sciences Po, 2009, p. 11.



biens et services en fonction de ses propres préférences environnementales et sociales. L'acte de consommation est alors considéré comme un moment de prise de conscience sociétale. Au-delà de la terminologie, le consommateur, avec ses propres limites sociales et sa motivation individuelle, doit réaliser divers compromis. En effet, il doit orienter ses choix selon ses intentions personnelles, sa capacité d'action, ses habitudes et l'environnement institutionnel dans lequel il se situe.

Si les pouvoirs publics peuvent favoriser l'adoption de normes et de régulations environnementales, les consommateurs ne doivent pas sous-estimer leur propre capacité à agir individuellement. L'enquête menée par le GRECOD sur le territoire français permet de caractériser les différents profils des consommateurs écologiques en termes de critères d'achat, de préférence et de déceler aussi les compromis réalisés au niveau individuel et collectif.

Dans le cadre du programme « Déchets et Sociétés » financé par l'ADEME<sup>10</sup>, un groupe de chercheurs français, le GRECOD (Groupe de Recherche sur la Consommation Durable), a procédé à une étude sur les comportements de consommation dits « verts » ou écologiques<sup>11</sup>. Auprès d'un panel de consommateurs représentatif de la France entière (représentativité au sens de l'INSEE), le GRECOD a caractérisé différents profils en termes de critères d'achat, de préférences et valeurs. L'échantillon porte sur plus de 3 024 ménages en France.

L'objectif de l'enquête menée auprès des ménages français était de caractériser différentes pratiques, notamment les pratiques alimentaires, afin d'appréhender la consommation dans sa globalité. Plusieurs variables comportementales ont été prises en compte pour caractériser les pratiques des consommateurs, par exemple, l'imitation sociale et l'influence du voisinage lors de certaines pratiques ; les valeurs des ménages (capacité à identifier des priorités sur des dons éventuels à une association environnementale, de santé ou autre) ; et les critères déterminants pour définir la consommation durable et la protection de l'environnement.

Les précédentes enquêtes menées en France et à l'étranger montrent qu'au niveau des obstacles vers le « verdissement » des comportements, les ménages à titre individuel déclarent que la variable prix reste le principal frein. Au niveau des achats alimentaires, l'achat de produits biologiques ou « respectueux de l'environnement » doit d'abord entrer dans le quotidien avant l'achat. Une certaine familiarité (à travers l'achat de proximité) permet de prendre l'habitude d'acheter ces produits « verts » et de les repérer dans les différents centres de distribution. Ainsi, le manque de réflexe<sup>12</sup> et le fait que ces produits ne soient pas directement accessibles dans leur contexte habituel constituent des freins aux comportements

---

<sup>10</sup> Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie.

<sup>11</sup> *Groupe de Recherche sur la Consommation Durable : Une étude des profils de consommation écologiques*, rapport final Décembre 2012, Programme « Déchets et Société » pour le compte de l'ADEME. Les auteurs sont Jean BELIN, Ali DOUAI, Sébastien LAVAUD, Nathalie LAZARIC, Fabrice LE GUEL et Vanessa OLTRA.

<sup>12</sup> Enquête menée par Agence bio en 2011.



écologiques des consommateurs<sup>13</sup>. Enfin, des recherches réalisées en Allemagne insistent sur un des éléments préalables pour initier la consommation durable<sup>14</sup>, à savoir l'imitation des autres dans certains groupes sociaux. Les chercheurs allemands montrent ainsi comment certains « groupes de référence » diffusent de nouvelles pratiques habituelles aux autres membres du groupe, appelés les « influents ». Par ailleurs, l'entourage social a une influence sur les individus et peut faire infléchir leur motivation intrinsèque (motivation autonome et individuelle), voire les valeurs de certains consommateurs sur une longue période<sup>15</sup>. Le fait d'être inséré dans un groupe ou dans un réseau aurait donc bel et bien une influence et un effet démonstration sur les pratiques individuelles.

L'enquête menée par le GRECOD souligne l'importance de l'enchâssement social dans la caractérisation des profils de consommation écologique. La consommation durable est en effet fortement dépendante des pratiques habituelles de l'entourage. Il est donc essentiel que les politiques environnementales prennent d'avantage en compte la dimension collective de la consommation durable.

Cet effet de l'entourage est évalué notamment à travers la question portant sur la présence dans le voisinage de personnes qui sont sensibles à l'environnement (Avez-vous dans votre entourage (famille / amis) des personnes qui prennent en compte les effets sur l'environnement des produits qu'elles achètent ?). La dimension collective de la consommation durable existe dans différentes pratiques, par exemple, le tri des déchets, les pratiques alimentaires, l'utilisation du lave-linge, les pratiques énergétiques et les transports.

Les résultats de l'enquête du GRECOD soulignent que les pratiques durables ont de fortes disparités régionales. La région méditerranéenne est, à cet égard, riche d'enseignement car elle recèle d'un ensemble de bonnes pratiques au niveau alimentaire que l'on ne retrouve pas au niveau du recyclage et du tri. Il semblerait donc pertinent de mieux comprendre les ressorts de ces comportements, notamment en matière de non tri, par des approches qualitatives ou quantitatives complémentaires (poids des infrastructures, émulation sociale jouant négativement et autres variables). La région parisienne semble aussi peu orientée vers des pratiques dites durables (effet conjugué du caractère urbain et de la présence de nombreux célibataires).

Les résultats obtenus en termes statistiques démontrent indéniablement l'importance des pratiques d'imitation sociale qui priment sur toute autre dynamique. Il pourrait donc être pertinent de repérer des régions motrices en matière de pratiques durables dans l'Ouest et le Sud-Ouest pour en tirer des modèles de cercle vertueux dont la France pourrait bénéficier. Par ailleurs, il serait intéressant d'analyser des externalités positives agissant comme moteur et modèle de références pour d'autres consommateurs. Cette dynamique est située en dehors des villes et dépend de l'histoire locale et régionale inhibant ou au contraire propulsant certaines régularités comportementales dont les individus n'ont pas toujours conscience. Mieux

---

<sup>13</sup> Enquête menée par le cabinet Atefo, Mouvement Vraiment Durable, en 2007.

<sup>14</sup> H. WELSCH et H., KÜHLING, J., 2009, "Determinants of pro-environmental consumption: The role of reference groups and routine behavior, *Ecological Economics*, Elsevier, vol. 69(1), pages 166-176, November.

<sup>15</sup> *Id.*



localiser ces pratiques durables et mieux identifier leur histoire et leurs ressorts permettrait d'appréhender d'avantage les pratiques de consommation durable menées par les consommateurs écologiques.